

**STUDI KUALITATIF *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(CSR) *BLUE BIRD GROUP PEDULI* DALAM MEMBANGUN  
HUBUNGAN YANG HERMONIS DENGAN MASYARAKAT**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I  
pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh:**

**SEPTYAN VIRMANDO**

**L100140058**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Studi Kualitatif *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Blue Bird Group* Peduli dalam  
Membangun Hubungan yang Harmonis dengan Masyarakat**

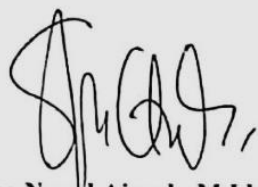
**PUBLIKASI ILMIAH :**

**oleh:**

**SEPTYAN VIRMANDO**  
**L100140058**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

**Dosen Pembimbing :**



**Vinisa Nurul Aisyah, M.I kom**

**NIK : 1779**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Studi Kualitatif *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Blue Bird Group* Peduli dalam  
Membangun Hubungan yang Harmonis dengan Masyarakat**


**OLEH :**

**SEPTYAN VIRMANDO**

**L100140058**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas komunikasi dan informatika  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Jumat, 10 Oktober 2019  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji :**

- 1. Vinisa Nurul Aisyah, M.I kom** (.....)   
**(Ketua Dewan Penguji)**
- 2. Sidiq Setyawan, M.I kom** (.....)  
**(Anggota I Dewan Penguji)**
- 3. Dr. Dian purworini, M. M.** (.....)  
**(Anggota II Dewan Penguji)**



**Dekan,**

**Nurghyatna, ST., M.Sc., PH.D.**

**NIK. 881**

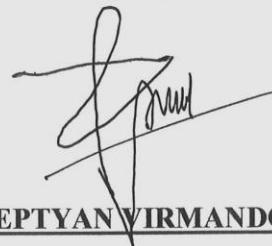
## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 Oktober 2019

Penulis



**SEPTYAN VIRMANDO**

**L100140058**

**STUDI KUALITATIF *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
*BLUE BIRD GROUP PEDULI* DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN  
YANG HERMONIS DENGAN MASYARAKAT**

**Abstrak**

Perusahaan Blue Bird Group menjalin kemitraan dengan masyarakat yang bertujuan mendapatkan tanggapan yang positif kemudian tercipta hubungan yang harmonis adalah melalui program CSR (corporate sosial responsibility). Melalui program CSR Blue Bird Peduli yang dilaksanakan oleh perusahaan dapat menjadi mediator antara perusahaan dengan stakeholder. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, teknik sampling dalam penelitian ini adalah purposif sample. Hasil penelitian yang diperoleh pelaksanaan CSR Blue Bird Peduli belum mengakomodir seluruh stakeholder internal. Keterlibatan stakeholder eksternal belum maksimal sebab program CSR Blue Bird Peduli ini focus pada kesejahteraan dan hubungan dengan masyarakat Mampang Prapatan saja. Namun, pelaksanaan CSR ini dapat menjadi langkah awal yang baik guna membangun hubungan dengan masyarakat sekitar. Respon positif dari masyarakat juga merupakan salah satu tanda keberhasilan public relation dalam membangun hubungan.

**Kata kunci :** corporate sosial responsibility, stakeholder dan blue bird group

**Abstract**

The Blue Bird Group company formed a partnership with the community that aimed to get a positive response and then created a harmonious relationship through the CSR (corporate social responsibility) program. Through the Blue Bird Cares CSR program implemented by the company can be a mediator between the company and stakeholders. This type of research is descriptive with a qualitative approach, the sampling technique in this study is a purposive sample. Research results obtained by the implementation of CSR Blue Bird Cares have not accommodated all internal stakeholders. The involvement of external stakeholders has not been maximized because the BlueBird Cares CSR program focuses on welfare and relationships with the Mampang Prapatan community. However, the implementation of CSR can be a good first step to building relationships with surrounding communities. A positive response from the community is also a sign of the success of public relations in building relationships

**Keywords:** corporate social responsibility, stakeholders and blue bird group

## **1. PENDAHULUAN**

Perusahaan taksi konvensional di era digital menurut data dari CEO Blue Bird Group Bayu Pirawanda Djokosoetono mengatakan, saat ini operator transportasi

darat berlambang burung tersebut mengalami tantangan untuk memenangkan persaingan. Pasalnya, bermunculan pemain baru dengan konsep lebih maju. "Dinamika banyak sekali dalam mengelola," kata dia saat menghadiri Rakernas Himpunan pengusaha kahmi (Hipka). Perusahaan tersebut masih aktif sebanyak 35 perusahaan pada awal 2014. Sekarang hanya empat yang aktif, berarti ini kan tinggal hanya 10 persennya saja," ujar Ketua Organda DKI Jakarta Shafrahun Sinungan. (Liputan6.com). Menurut Sigit, transaksi melalui Gojek (GoCar) disebutnya hanya merupakan transaksi tambahan saja. Itu hanya menjadi opsi lain dari tamu yang menggunakan layanan Blue Bird. Namun jumlah totalnya masih paling banyak di channel yang dimiliki Blue Bird. "Total transaksi tidak bisa kami sebutkan, namun trennya positif," katanya (JawaPos.com).

Perusahaan Blue Bird berdiri pada tahun 1972 di Jakarta yang dipimpin oleh Mutiara Djokosoetono, Kemudian perusahaan ini memiliki beberapa cabang di Indonesia diantaranya Bekasi, Manado, Makasar, Denpasar, Mataram, Pekanbaru, Batam, Medan dan Padang. Penggunaan tarif berdasarkan argo pertama kali dilakukan oleh perusahaan taksi Blue Bird selain itu semua armada taksi dilengkapi AC dan radio komunikasi. Saat ini jumlah armada taksi Blue Bird mencapai 21.000 armada di Jakarta. Sepanjang tahun 2017 Blue Bird Group juga banyak mendapatkan penghargaan dari berbagai instansi di Jakarta sebagai taksi yang aman dan penghargaan dari abdi yasa, dari situlah perusahaan juga telah membuktikan kualitasnya sebagai alat transportasi yang aman dan terpercaya (<http://www.bluebirdgroup.com/>).

Berdasarkan penghargaan tersebut Blue Bird telah membuktikan bahwa perusahaan tersebut merupakan perusahaan besar di bidang transportasi darat. Salah satu cara yang ditempuh perusahaan Blue Bird Group untuk menjalin kemitraan dengan masyarakat yang bertujuan mendapatkan tanggapan yang positif kemudian tercipta hubungan yang harmonis adalah melalui program CSR (*corporate sosial responsibility*). Program CSR tersebut merupakan salah satu bentuk tanggung jawab dari moral perusahaan baik secara internal perusahaan maupun eksternalnya (Ishak, 2011). Program CSR Blue Bird group ini dimulai sejak tahun 1990 sebelumnya program ini hanya pemberangkatan haji karena

waktu tunggu haji yang lama sejak tahun 2015 program ini diganti menjadi pemberangkatan umroh untuk 10 orang setiap kloternya dan Blue Bird setiap tahunnya memberangkatkan 4 kloter ketanah suci. Tidak hanya memberikan dari kesejahteraan tapi juga dari segi kegaamaannya juga sehingga para karyawan terdorong untuk bekerja lebih keras dan jujur (INDOPOS.CO.ID).

Kegiatan CSR Blue Bird Peduli berfokus kepada kegiatan yang bersifat sosial seperti dibidang pendidikan baik formal maupun non formal, bidang kesehatan, dan bidang lingkungan yang mencakup wilayah Mampang Prapatan dan sekitarnya, Hal tersebut sesuai yang diungkapkan Teguh Wijayanto selaku *Head of Public Relation*. Penelitian Lindawati dan Puspita (2015) menyebutkan bahwa kinerja CSR yang dilakukan oleh perusahaan menunjukkan eksistensi perusahaan di bidang kegiatan sosial hal ini menjadi daya tarik bagi calon investor hingga prospek perusahaan kedepan menjadi lebih baik dan berdampak terhadap ekonomi. Penelitian Agus Triyono menunjukkan bahwa perusahaan pada saat ini memang tidak hanya mementingkan keuntungan semata dalam menjalankan bisnisnya tapi perusahaan juga peduli terhadap masyarakat khususnya yang berada disekitarnya. Hal tersebut juga dilakukan oleh PT. Holcim Indonesia Tbk. Plant yang peduli terhadap masyarakat sekitarnya dengan melaksanakan program CSR dengan berfokus pada Program Posdaya ( pos pemberdayaan keluarga) (Triyono, 2014).

Melalui program CSR Blue Bird Peduli yang dilaksanakan oleh perusahaan dapat menjadi mediator antara perusahaan dengan masyarakat di sekitar kantor Blue Bird Group. Masyarakat yang tinggal di Jalan Mampang Prapatan VII Jakarta Selatan sebagian besar warganya merupakan kalangan dengan sosial ekonomi menengah kebawah hal ini berdasarkan informasi dari dinas kependudukan setempat. Keadaan tersebut yang membuat masyarakat yang berada di Jalan Mampang Prapatan VII Jakarta Selatan menjadi public eksternal bagi program CSR Blue Bird Group. Pada Tahun 2018 kegiatan CSR Blue Bird Peduli mengadakan kegiatan bantuan dibidang sarana dan prasarana setelah sebelumnya melakukan CSR Blue Bird peduli secara periodic dan rutin setiap tahun dalam bidang-bidang kemanusiaan sosial.

*Internal Public Relation* dan *Eksternal Public Relation* merupakan dua kegiatan dalam *Public Relation*. Aktivitas internal yang bertujuan untuk semua individu yang berada dalam perusahaan yang tidak menimbulkan kerugian dan mampu memberikan keuntungan serta berpengaruh terhadap pekerjaan disebut dengan *Internal Public Relation*. Sedangkan *Eksternal Public Relation* merupakan kegiatan yang berhubungan dengan luar perusahaan menjadi suatu keharusan mutlak bagi perusahaan (Suhandang, 2012).

*Public Relation* merupakan aktivitas suatu instansi, organisasi atau perusahaan untuk menciptakan hubungan yang baik, sehat dan bermanfaat bagi masyarakat dengan tujuan penyesuaian diri dan memperkenalkan diri dengan masyarakat (Butterick, 2013). *Public Relation* Penekanan pada pelaksanaan *Public Relation* adalah membangun hubungan yang harmonis baik dengan lingkungan internal maupun eksternal sehingga mencegah timbulnya suatu permasalahan. CSR merupakan salah satu kegiatan dari *Public Relation*, kegiatan ini merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan.

*Green Paper* Komisi Masyarakat Eropa tahun 2001 mendefinisikan CSR sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masalah sosial dan lingkungan yang bersifat sukarela kepada stakeholdernya. Pertimbangan sosial dan lingkungan hidup serta interaksi sukarela merupakan aspek dari CSR (Suhandang, 2012). Branco, M,c., dan Rodriques L.L (2007) menyebutkan bahwa pelaksanaan CSR harus berdasarkan gagasan pemangku kepentingan yang mampu memuat aspek normative dan instrumental.

Program CSR meliputi berbagai aktivitas yang berinteraksi dengan para komunitas yang dilaksanakan oleh *Publik Relation* divisi humas yang ada di perusahaan tersebut (Ishak, 2011). Dampak positif dari CSR adalah mampu memberikan pengaruh langsung terhadap kredibilitas merek perusahaan serta memberikan citra baik bagi perusahaan hal tersebut diungkapkan oleh Hur et al.,(2013) dalam jurnal *How CSR Leads to Corporate Brand Equity :Mediating Mechanims of Corporate Brand Credibility and Reputasion* (Jeong Woo, 2013). Praktik pelaksanaan CSR menurut Rudi Fajar digolongkan menjadi empat yaitu hitam, merah, biru dan hijau adapun penjabarannya adalah sebagai berikut :1)



Kelompok Hitam : merupakan kelompok yang sama sekali tidak menjalankan program CSR pengusaha hanya mementingkan kepentingan pribadi 2) Kelompok merah : merupakan kelompok yang melaksanakan program CSR namun menganggap sebagai program yang dapat mengurangi keuntungan 3). Kelompok biru : perusahaan beranggapan bahwa CSR memiliki dampak yang positif bagi perusahaan sebagai investasi bukan biaya pengeluaran 4) Kelompok hijau : adalah kelompok perusahaan yang melaksanakan CSR sebagai suatu kewajiban serta menjadi modal sosial (Nurjaman, 2012).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini yang pertama yaitu bagaimana implementasi program kegiatan CSR Blue Bird Peduli dalam menjalin hubungan dengan *stakeholder* internal perusahaan. Rumusan masalah yang kedua adalah bagaimana persepsi masyarakat sekitar terhadap implementasi program kegiatan CSR Blue Bird Peduli yang telah dilaksanakan oleh perusahaan.

Konsep teori *Stakeholder* ini dapat digunakan untuk menganalisis perspektif komunikasi CSR. *Stakeholder* merupakan organisasi yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi tujuan dari sebuah organisasi (Freeman, 1984). *Stakeholder Theory* menjelaskan tentang proses menjalin relasi yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi dengan individu yang bersangkutan dengan operasional organisasi atau perusahaan dalam kehidupan nyata (Kriyantono, 2014). Jika dilihat dari pandangan *Public Relation* dikelompokkan menjadi tiga pendekatan yaitu *stakeholder deskriptif*, *stakeholder theory instrumental* dan *stakeholder theory normatif*. Berdasarkan teori tersebut maka dalam penelitian ini akan menggunakan teori *Stakeholder deskriptif* hal tersebut dikarenakan mendeskripsikan karakteristik perilaku aktifitas yang sedang dikerjakan oleh organisasi (Kriyantono, 2014).

Kriyantono mengungkapkan pendapatnya mengenai teori *stakeholder* yaitu dukungan dari *stakeholder* berguna membangun hubungan bagi organisasi (Kriyantono, 2014). Alasan penelitian menggunakan teori *stakeholder* dikarenakan sesuai dengan rumusan masalah yang diambil. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena penelitian sejenis belum pernah dilakukan sebelumnya di

perusahaan Blue Bird Group melalui penelitian ini juga dapat memberikan gambaran mengenai hubungan Blue Bird Group dalam membangun hubungan dengan *stakeholder* ditengah-tengah modernisasi taksi online.

Penelitian ini bertujuan mendiskripsikan pelaksanaan kegiatan program CSR yang dilakukan oleh Blue Bird Group di dalam internal perusahaan yang mencakup para karyawan, staff dan semua karyawan lain. Selanjutnya mendiskripsikan persepsi masyarakat di Jalan Mampang Prapatan VII Jakarta Selatan sebagai masyarakat disekitar perusahaan terhadap program CSR yang dilakukan oleh Blue Bird Group. Berdasarkan klasifikasinya *stakeholder* dibedakan menjadi dua yaitu *stakeholder* internal dan eksternal (Kasali, 2005) *Stakeholder* internal meliputi karyawan, manajer dan pemegang saham yang berada di dalam lingkungan perusahaan sedangkan *stakeholder* eksternal meliputi penyalur, pemasok, konsumen, masyarakat yang berada diluar perusahaan (Marsella E Puspita, 2015). Kedua jenis *stakeholder* tersebut pada hakikatnya saling berkaitan yang berpengaruh terhadap perusahaan (Kriyantono, 2014).

Hasil wawancara dengan Teguh Wijayanto selaku *Head of Public Relations* mengungkapkan bahwa program CSR yang dilakukan oleh perusahaan Blue Bird Grup memiliki tujuan mencegah terjadinya konflik (krisis) antara perusahaan dengan masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan.

## **2. METODE**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa (Moleong, 2007). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Zuriah, 2006).

Sumber data dari penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh dari hasil wawancara yang mendalam dari informan 1 yang

telah ditetapkan diawal *Head Of Public Relations* Blue Bird Group dan informan 2 yaitu kelima warga masyarakat Jalan Mampang Prapatan VII Jakarta Selatan. Sedangkan sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari observasi dari sumber-sumber yang lain yang tersedia yaitu dari hasil hasil dokumentasi.

Dalam penelitian ini model pertanyaan yang akan digunakan adalah pertanyaan yang terstruktur, sehingga para informan akan diajukan pertanyaan yang sama oleh peneliti. Pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan bertujuan untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yang telah ditentukan oleh peneliti sebelumnya mengenai respon/tanggapan dari masyarakat Jalan Mampang Prapatan VII di Jakarta Selatan setelah diadakan kegiatan CSR Blue Bird Peduli yang dilakukan oleh perusahaan Blue Bird Group. Studi Dokumentasi juga digunakan dalam penelitian ini. Dokumen bisa berbentuk tulisan atau gambar, seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2013). Pada penelitian ini, menggunakan dokumen *company profile* dari Blue Bird Group dan gambar yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti.

Metode pengambilan sampel atau teknik sampling dalam penelitian ini adalah *purposif sample*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan karakteristik dan kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti (Kriyantono, 2005). Kriteria dalam penelitian ini yang pertama adalah orang yang terlibat langsung dalam program CSR Blue Bird Peduli, kedua orang yang mempunyai wewenang dalam program kegiatan CSR Blue Bird Peduli (*Public Relation* dari Blue Bird Group), ketiga mampu memberikan informasi berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan oleh penulis. Berdasarkan kriteria diatas peneliti berencana menentukan informannya yaitu *Head of Public Relation* Blue Bird Group yaitu Teguh Wijayanto sebagai informan internal dan yang mempunyai wewenang pada kegiatan CSR Blue Bird peduli kemudian informan eksternal meliputi Sunayah, Umroti, Nuzullah, Suwarno dan Abdul Rochim sebagai masyarakat jalan Mampang Prapatan VII merupakan yang terlibat langsung dalam kegiatan tersebut.

Metode pengumpulan data yang dipakai adalah wawancara mendalam (*indepth interview*) terhadap informan yang telah ditentukan sejak awal oleh peneliti. Wawancara mendalam dilakukan dengan bertatap muka langsung dengan narasumber yang telah ditentukan guna untuk mendapatkan data yang lengkap dan komprehensif (kriyantonono, 2006).

Analisis data yang periset yang digunakan dalam penelitian ini adalah bermodel interaktif berdasarkan teori Miles dan Huberman. Pertama, reduksi data menunjukkan kepada proses, pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pemisahan, dan pentranformasian data “mentah” yang terlihat dalam catatan tertulis lapangan. Kedua, data display kumpulan informasi yang telah tersusun yang membolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Ketiga penarikan kesimpulan, luasnya dan lengkapnya catatan lapangan, jenis metodologi yang digunakan dalam pengesahan dan pengolahan data, serta pengalaman peneliti dalam penelitian kualitatif, akan memberi warna pada kesimpulan penelitian (Yusuf 2014).

Penelitian ini menggunakan teknik validitas data yaitu Triangulasi sumber. Triangulasi sumber yaitu menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek kembali data yang telah diperoleh dari berbagai sumber (Sugiono, 2009).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dalam penelitian ini penulis telah melakukan wawancara mendalam kepada Informan 1 dan Informan 2. Informan 1 didalam penelitian ini adalah *Head of Public Relations Blue Bird Group* Bapak Teguh Wijayanto dan 5 (lima) orang warga Jalan Mampang Prapatan VII sebagai informan 2. Wawancara yang telah penulis lakukan diharapkan mampu untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian itu yaitu untuk mengetahui progam kegiatan CSR Blue Bird Group dalam menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan *Head of Public Relations Blue Bird Group* Teguh Wijayanto, yang menyatakan bahwa :

*“Potensi kesalahan dan konflik sering terjadi, dan Blue Bird Group terdapat layanan-layanan lain termasuk fitur-fitur dan produknya, yang perlu kita komunikasikan kepada masyarakat dan adanya kegiatan sosial atau perkembangan perusahaan”* (Teguh Wijayanto)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas peran penting dari PR adalah mengatasi permasalahan, menjalin hubungan baik dengan masyarakat dan sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Linda Mawarni yang mengatakan bahwa PR memiliki peran sebagai berikut :

*“Keberadaan Public Relations merupakan hal yang wajib dan penting bagi sebuah perusahaan atau organisasi. Terutama, dalam upaya untuk menciptakan, memelihara, dan membina hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak, yakni perusahaan dengan konsumennya baik internal maupun eksternal”* (Linda Mawarni)

Secara umum PR memiliki peran sebagai pembangun merek, penyampai pesan perusahaan kepada khalayak atau *messenger*, *generator* utama perusahaan, pusat komando komunikasi, dan lainnya.

Sebuah kegiatan dianggap penting bila memiliki manfaat yang baik, penuturan informan TeguhWijayanto mengatakan bahwa kegiatan CSR adalah penting, seperti yang diungkapkan sebagai berikut :

*“CSR itu sangat penting kalau misal terjadi apa-apa (masalah), ada yang benar-benar tulus untuk membantu masyarakat dan ada juga yang untuk meningkatkan citra. Pada dasarnya perusahaan tidak mau citranya itu buruk”* (Teguh Wijayanto)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas menurut informan Teguh Wijayanto kegiatan CSR itu penting karena kegiatan tersebut penting karena membangun citra dan dapat membantu masyarakat. Sedangkan menurut Linda Mawarni menyatakan bahwa CSR adalah kegiatan yang sangat penting karena memiliki banyak manfaat, sebagai berikut :

*“Kegiatan CSR pada Blue Bird Group mempunyai manfaat tersendiri untuk perusahaan Blue Bird dan masyarakat yang menerima CSR tersebut”*(Linda Mawarni)

Dari pernyataan validator diketahui bahwa kegiatan CSR memiliki berbagai manfaat baik bagi perusahaan maupun masyarakat secara umum diperolehnya manfaat tersebut maka kegiatan CSR dianggap penting. Kegiatan CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, jadi tuntutan perusahaan untuk membantu masyarakat karena masyarakat merupakan stakeholder bagi perusahaan.

CSR memiliki berbagai macam kegiatan yang bergerak di bidang sosial yang dinamakan CSR Blue Bird Group Peduli hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh informan Teguh Wijayanto sebagai berikut :

*“kegiatan CSR Blue Bird Group berfokus kepada bidang pendidikan, sosial, perusahaan juga mengadakan kegiatan di bidang lingkungan seperti sunatan masal, bencana alam serta memperbaiki sarana dan prasarana kepada masyarakat”*(Teguh Wijayanto)

Dari penuturan di atas dapat diketahui bahwa program kegiatan CSR yang dilakukan berfokus kepada pendidikan lingkungan dan sosial. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan hasil observasi dokumen yang dilakukan di Acara pada kantor Blue Bird Group, Jalan Mampang Prapatan Raya, No.60, Jakarta Selatan dimana ditemukan bahwa CSR Blue Bird Group melaksanakan bakti sosial, sunatan masal, donor darah, membantu sarana dan prasana yang dibutuhkan masyarakat, terjun memberi bantuan saat bencana alam banjir, memberi santunan anak yatim dan memberikan biaya siswa untuk anak-anak tidak mampu dan berprestasi.

Berdasarkan kedua pernyataan di atas dapat diketahui bahwa program kegiatan CSR peduli yang dilakukan Perusahaan Blue Bird Group adalah di bidang Pendidikan seperti memberi beasiswa anak-anak tidak mampu dan berprestasi, membantu sekolah yang membutuhkan sarana dan prasarannya bukan terpaku di beasiswa saja. Selain itu program tersebut juga meramah di kegiatan

sosial seperti sunatan masal, membantu bencana alam, perbaikan sarana dan prasarana yang dibutuhkan masyarakat seperti memperbaiki jembatan, memberi santunan anak yatim dan donor darah

Manfaat Program CSR Blue Bird Group Peduli Untuk Kesejahteraan Dan Citra Positif Blue Bird Suatu program tentu dapat dijalankan jika memiliki manfaat baik bagi perusahaan maupun bagi masyarakat, berbagai manfaat yang diperoleh dari program CSR Blue Bird Group Peduli sesuai dengan pernyataan informan Teguh Wijayanto adalah sebagai berikut :

*"Manfaat dari program CSR ini adalah untuk kesejahteraan stakeholder khususnya masyarakat sekitar yang membutuhkan. Program CSR ini tidak semata-mata untuk pencitraan tetapi untuk berbagi kesejahteraan. Bagi perusahaan, CSR mempunyai manfaat sebagai perkembangan perusahaan untuk memajukan perusahaan".(Teguh Wijayanto)*

Berbeda dengan informan Teguh Wijayanto dimana validator mengungkapkan manfaat CSR lebih terperinci yaitu sebagai berikut :

*"Manfaat CSR bagi perusahaan di semua kegiatan yaitu mempertahankan atau mendongkrak reputasi perusahaan, layak mendapatkan social licence to operate, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya, membentangkan akses menuju market, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan stakeholders, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Sedangkan manfaat CSR bagi masyarakat dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, kelembagaan, tabungan, konsumsi, dan investasi dari rumah tangga warga masyarakat." (Linda Mawarni)*

Teguh Wijayanto mengungkapkan bahwa kegiatan CSR bukan semata-mata untuk pencitraan tetapi lebih dari pada itu CSR tulus dalam membantu masyarakat. Sedangkan Linda menambahkan bahwa citra positif diperlukan agar masyarakat percaya pada produk Blue bird serta menjadi perusahaan yang lebih baik jika dibandingkan dengan perusahaan taksi lainnya. Pernyataan validator mengenai manfaat CSR lebih detail dimana kegiatan tersebut tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat melainkan juga bagi perusahaan. Bagi perusahaan

kegiatan beasiswa, bakti sosial, membantu bencana, donor darah dan memperbaiki sarana dan prasarana dapat mendongkrak reputasi perusahaan, memperbaiki hubungan dengan *stakeholder* dan meningkatkan kinerja karyawan sedangkan bagi masyarakat bermanfaat untuk meringankan beban masyarakat baik segi ekonomi maupun sosial.

Tahapan Atau Proses Program CSR Blue Bird Group Peduli, Untuk mendapatkan hasil yang maksimal suatu program kegiatan harus melalui tahapan-tahapan yang terstruktur, terencana dan terukur agar dapat berjalan sesuai dengan tujuan. Berikut adalah tahapan kegiatan menurut informan Teguh Wijayanto :

*“Yang pertama Studi analisa yang kedua eksekusi menjalankan program CSR ini sesuai dengan yang sudah di analisa lalu mengadakan evaluasi, dan yang terakhir itu tahapan selanjutnya itu bagaimana, apakah mau ditambah lagi santunannya atau program tersebut diadakan rutin apa tidak”.*(Teguh Wijayanto)

Menurut Informan Teguh Wijayanto tahapan proses pelaksanaan kegiatan dimulai dari analisa lapangan kemudian dilanjutkan dengan eksekusi atau pelaksanaan kegiatan sesuai kebutuhan yang telah di analisa dan yang ketiga adalah evaluasi. Point yang diungkapkan informan Teguh Wijayanto sependapat dengan informan Linda Mawarni kegiatan CSR Blue Bird Peduli dilakukan melalui beberapa tahap yaitu Tahap pertama Perencanaan yaitu awareness Building langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting CSR dan komitmen manajemen. Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar dll., CSR Assesment upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas, dan CSR manual building merupakan dasar untuk penyusunan manual atau pedoman implementasi CSR) Tahap kedua Implementasi yaitu, sosialisasi pelaksanaan memperkenalkan kepada masyarakat mengenai pedoman pelaksanaan, dan internalisasi merupakan memperkenalkan CSR di dalam seluruh proses bisnis perusahaan misalnya melalui sistem manajemen kinerja dll. Tahap ketiga Evaluasi dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu dan tahap keempat Pelaporan untuk keperluan proses pengambilan keputusan.



Berkaitan dengan pemaparan yang terdapat pada kutipan wawancara tahapan CSR Blue Bird Peduli adalah terdiri dari empat tahap yaitu tahap perencanaan, tahap implementasi, tahap evaluasi dan tahap pelaporan. Dari pernyataan di menjelaskan bahwa di dalam pelaksanaan kegiatan CSR tersebut perlu adanya tahapan-tahapan yang harus dilaksanakan. Tahapan tersebut di buat supaya program CSR tepat sasaran kepada yang membutuhkan dan Blue Bird Group sebisa mungkin membantu yang sifatnya *long term* bukan hanya sekali membantu saja. Misalnya membantu pembangunan gedung sekolah yang membutuhkan, disini gedung sekolah bisa digunakan dalam jangka yang lama berbeda dengan pemberian santunan. Adapun tahapan *pertama* adalah tahap perencanaan : terdiri dari *Awareness Building* yaitu membangun kesadaran mengenai arti penting CSR yang dilakukan melalui seminar maupun workshop. Selanjutnya yaitu *CSR Assessment* merupakan langkah menetapkan prioritas langkah selanjutnya membangun CSR manual yaitu dasar untuk menyusun pedoman implementasi. Tahap *kedua* yaitu implementasi yang terdiri dari beberapa langkah yaitu Sosialisasi merupakan proses pengenalan program CSR ke stakeholders, Sedangkan internalisasi adalah tahap jangka panjang. Internalisasi ini mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan CSR di dalam seluruh proses bisnis perusahaan misalnya melalui sistem manajemen kinerja dll. Tahap ketiga yaitu Evaluasi dan tahap ke empat yaitu pelaporan

Ketidaksesuaian Program CSR Dengan Masalah Warga, Suatu program atau kegiatan tidak terlepas dari hambatan, baik hal kecil maupun besar. Menurut Teguh Wijayanto hambatan yang dihadapi dalam menjalankan program blue bird peduli yaitu adanya ketidak sesuaian antara solusi masalah menurut warga dengan Blue Bird :

*“Misalnya seperti, warga Mampang Prapatan membutuhkan bantuan untuk pembangunan masjid, tetapi ada yang lebih membutuhkan saat itu warga yang sedang terkena banjir. Dari hal itu PR Blue Bird Group harus bisa memprioritaskan mana yang paling penting. Blue Bird juga memiliki program CSR donor darah saat bulan ramadhan, saat bulan ramadhan jumlah pendonor itu sangat sedikit. Dari hal tersebut*

*bagaiman supaya bisa menarik masyarakat agar mendonorkan darahnya, maka Blue Bird membuat acara tidak hanya donor darah namun juga buka bersama dan santunan anak-anak yatim di masyarakat Mampang Prapatan.*(Teguh Wijayanto)

Hal yang dijelaskan Teguh merupakan hambatan eksternal Sedangkan menurut Linda Mawarni mengatakan bahwa ada kendala dari internal yaitu :

*“kurangnya SDM yang berkompeten pada saat kegiatan tersebut dilakukan dan kurang meratanya sosialisasi kegiatan karena masyarakat memiliki pemahaman yang berbeda beda mengenai pelaksanaan kegiatan tersebut.”* (Linda Mawarni)

Dari pernyataan di atas, menjelaskan bahwa PR Blue Bird Group mengalami hambatan saat melakukan kegiatan CSR. Seorang PR harus bisa memprioritaskan mana yang paling membutuhkan dalam melakukan kegiatan CSR ini. Jadi supaya program CSR tersebut bisa tepat sasaran kepada yang benar-benar membutuhkan. Hambatan yang kongkrit yang dialami adalah keterbatasan dana, SDM, manajemen kegiatan dll yang berkaitan dengan masalah internal PR.

Tidak Ada Konflik Antara Blue Bird Dengan Masyarakat, Dampak merupakan perubahan yang ditimbulkan setelah suatu kegiatan telah dilakukan hambatan dapat bersifat positif maupun negatif, berikut adalah respon informan Teguh Wijayanto mengenai dampak yang ditimbulkan sebelum dan sesudah kegiatan :

*“Tidak ada dampak yang negatif dari masyarakat, karena masyarakat senang dengan kehadiran Blue Bird Group khususnya di bidang CSR. Adanya program CSR perusahaan bisa menjalin hubungan yang bersifat positif dalam artian tidak ada konflik antara perusahaan dengan masyarakat”*(Teguh Wijayanto)

Jadi dengan adanya kegiatan program CSR Blue Bird Group Peduli masyarakat dapat menjalin silaturahmi positif. Program CSR ini diadakan Blue Bird Group bertujuan ingin membantu masyarakat, khususnya kepada masyarakat

sekitar perusahaan. Dari program CSR ini menjadikan Blue Bird tidak mempunyai konflik kepada masyarakat, karena Blue Bird telah menunjukkan rasa kepeduliannya terhadap masyarakat sekitar.

Metode Evaluasi Yang Dilakukan PR, Proses evaluasi sangat penting dilakukan untuk dapat memperbaiki kesalahan, berikut adalah pernyataan informan Teguh Wijayanto mengenai metode evaluasi yang diterapkan:

*“Yang pertama Studi analisis melakukan analisa lapangan yang kedua eksekusi menjalankan program CSR ini sesuai dengan yang sudah di analisa tadi, lalu mengadakan evaluasi”.* (Teguh Wijanto)

Dari pernyataan tersebut bahwa setiap program CSR pasti akan ada evaluasi bertujuan untuk program selanjutnya yang akan lebih baik lagi. Roza (2014) yang menyatakan bahwa pelaksanaan CSR juga dievaluasi untuk memastikan bahwa pelaksanaan program CSR tersebut tidak menyimpang dari rencana yang telah ditetapkan. Pemantauan dan evaluasi juga diperlukan untuk mengetahui sudah sejauh mana pencapaian program CSR tersebut untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan yang membutuhkan tindakan koreksi.

Respon Dari Masyarakat (*Stakeholder*) Mengenai Program CSR Blue Bird Peduli, Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan 5 orang warga Jalan Mampang Prapatan VII yang peneliti pilih sebagai Informan dengan tujuan untuk mengkonfirmasi terhadap apa yang disampaikan oleh Informan Teguh Wijayanto yaitu sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara dengan ke lima informan warga Jalan Mampang diperoleh hasil sebagai berikut : Informan Ibu Sunariyah 41 tahun mengungkapkan sebagai berikut :

*“Iya saya tahu kegiatan CSR yang dilakukan oleh Blue Bird Group kegiatan tersebut dilakukan secara rutin, seperti sunatan massal, donor darah, kemudian membantu korban banjir”* (Sunariyah)

Dari kelima pernyataan yang diungkapkan oleh ke 5 informan menginformasikan hal yang sama yaitu mengetahui program CSR yang

dilaksanakan oleh Blue Bird Group hal ini menunjukkan bahwa pernyataan yang diungkapkan pihak perusahaan adalah benar adanya bahwa kegiatan CSR Blue Bird peduli benar dilakukan.

Acara Gratis dan Bermanfaat Menjadi Daya Tarik Masyarakat, Sebuah kegiatan akan ramai diikuti oleh masyarakat jika memiliki daya tarik dari pandangan masyarakat. Kegiatan CSR Blue Bird Peduli memiliki daya tarik yang cukup besar bagi masyarakat misalnya kegiatan gratis dan bermanfaat bagi kehidupan masyarakat.

Hal ini dijelaskan oleh Sunariyah. Kata dia, ia sangat menyambut baik kegiatan CSR Blue Bird Peduli sebab acara tersebut gratis. Alasan senada juga diungkapkan oleh Nuzulla. “Karena ini free artinya gratis dan kita merasakan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan memiliki manfaat yang besar terhadap warga masyarakat juga dapat menjalin hubungan yang baik dengan para pegawai Blue Bird”, tambah Nuzulla.

Sarwono menambahkan, menurutnya program CSR tersebut dianggap sebagai niat baik Blue Bird Group untuk membantu permasalahan yang dihadapi masyarakat. Selain itu melalui kegiatan itu perusahaan dan masyarakat dapat saling bertemu lalu menjalin hubungan baik.

Usulan Warga Tentang Penambahan Kuota dan Pemerataan Program CSR, Sebuah program kegiatan tidak luput dari kesalahan untuk itu diperlukan kritik dan saran yang membangun, agar dapat dijadikan rujukan dalam rangka perbaikan dikemudian hari, kritik dan saran yang diberikan masyarakat adalah sebagai berikut :

*“Saran saya supaya mengadakan setiap tahun rutin dan kalau bisa setiap bulan, dan lebih baik lagi dalam pelaksanaan seperti saat sunatan masal kuotanya ditambah saat donor darah diberikan tambahan vitamin dan penambahan kuota biasiswa”*(Sunariyah)

Dari pernyataan kelima informan menginginkan pihak Blue Bird Group selaku penyelenggara adalah supaya kegiatan Blue Bird Peduli diadakan rutin setiap bulan, dengan kuota lebih banyak dari sebelumnya

CSR Dapat Mendekatkan Masyarakat Dengan Blue Bird Ketika masyarakat memberikan respon positif hal tersebut dapat dikarenakan masyarakat

memperoleh atau merasakan manfaat dari program tersebut, berikut adalah hasil wawancara mengenai manfaat yang diperoleh masyarakat dari kegiatan CSR Blue Bird Peduli. Menurut Nuzulla manfaat CSR dapat dirasakan langsung serta menambah hubungan yang baik, kedua ada nilai lebih yang didapat dari kegiatan CSR tersebut, meringankan beban ekonomi warga dengan adanya sunatan massal dan beasiswa di bidang pendidikan. Sedangkan Sarwono menambahkan bahwa CSR Blue Bird Group dapat meringankan beban masyarakat terutama masyarakat miskin yang mendapatkan bantuan, yang kedua mendekatkan Blue Bird Group dengan masyarakat sehingga tercipta hubungan yang harmonis

Berdasarkan pernyataan tersebut maka manfaat yang diperoleh masyarakat dengan adanya kegiatan Blue Bird Peduli adalah dapat membantu masyarakat dengan meringankan beban finansial kedua program yang diadakan dapat *mendekatkan Blue Bird Group dengan masyarakat sehingga tercipta hubungan yang harmonis.*

CSR Blue Bird Mendekatkan Masyarakat Dengan Blue Bird, Salah satu tujuan dan manfaat dari program CSR Blue Bird Peduli adalah menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan, apakah hal ini dapat tercapai? berikut adalah penuturan informan:

*“kalau menurut saya tercipta hubungan yang harmonis, sisi positif dari kegiatan ini mendekatkan Blue Bird Group dengan masyarakat supaya ada hubungan yang baik antara masyarakat dengan perusahaan”.*(Abdul Rochim)

Program kegiatan CSR Blue Bird Peduli mampu menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan para *stakeholdernya* yang membutuhkan khususnya kepada masyarakat sekitar.

Marsella E Puspita, (2015) menjelaskan dalam jurnalnya bahwa perusahaan dalam menjalankan CSR harus memperhatikan tiga hal yaitu Profit, Lingkungan dan Masyarakat. Dalam pelaksanaan program CSR yang ideal ialah perusahaan memiliki keterkaitan dengan rantai pemasok perusahaan, sebagaimana yang dilakukan oleh PT. Unilever yang membeli bahan baku kedelai untuk membuat kecap bango dari petani yang mereka bina, Roza (2014).

CSR Blue bird peduli memperhatikan yang dilakukan berfokus kepada bidang sosial dan pendidikan yang bermanfaat bagi masyarakat maupun perusahaan. CSR Blue Bird Peduli juga berfokus pada beberapa bidang misalnya acara sosial kepada masyarakat seperti program yang telah direncanakan sebelumnya oleh Blue Bird Group, hal ini sependapat dengan jurnal Sparks, L. menjelaskan tentang pentingnya upaya membangun strategi saat melaksanakan program CSR disuatu institusi secara nasional maupun internasional (Sparks, L. 2011).

Berdasar hasil temuan penelitian, CSR Blue Bird peduli dilaksanakan melalui tiga tahap, tahap pertama studi analisa tahap yang kedua eksekusi menjalankan program yang sesuai dengan perencanaan yang ketiga baru dilakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatmaningsih dan Rosidah (2015) dimana tahapan pelaksanaan CSR di PT Madubaru (PG PS Madukismo) dengan cara analisis, perencanaan, pelaksanaan atau implementasi dan evaluasi.

Dalam perspektif komunikasi, teori *stakeholder* dapat digunakan untuk menganalisis pelaksanaan CSR untuk membangun hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Dalam penelitian ini Blue Bird memiliki dua stakeholder. Dalam hal ini, pelaksanaan CSR Blue Bird Peduli akan dianalisis menggunakan dua jenis stakeholder, yaitu internal dan eksternal. Pertama, *stakeholder* internal, dalam kasus *Blue Bird Group*, *stakeholder* internal memahami bahwa menjalin hubungan dengan masyarakat sebagai hal penting yang harus dilakukan oleh PR. Hasil temuan penelitian menyatakan bahwa selain menjalin hubungan dengan masyarakat juga dapat meningkatkan citra positif perusahaan. Hal ini berhubungan dengan adanya isu negatif terkait taksi konvensional dan taksi online. Penelitian Mahargiono dan Cahyono (2017) yang mengangkat tentang kontroversi taksi online dalam penelitiannya menyebutkan konflik yang sering terjadi antara taksi online dan taksi konvensional dikarenakan masalah transparansi harga, keamanan, dan masalah kemudahan, taksi online menawarkan kemudahan dalam mengakses sehingga taksi konvensional menjadi kalah saing dan memicu konflik antara keduanya.

Meski berjalan dengan lancar, ada ketidaksesuaian yang dihadapi oleh Blue Bird Group yaitu perbedaan kebutuhan masyarakat dengan program yang ditawarkan BlueBird Group melalui CSR Blue Bird Group Peduli. Hal ini bukan hal yang asing lagi dalam pelaksanaan CSR, dalam jurnal Alfiansyah (2015) pelaksanaan CSR juga mengalami beberapa ketidaksesuaian atau kendala-kendala, dimana kendala yang dihadapi berkaitan dengan ketidaksesuaian dengan perencanaan yaitu bermasalah di program kemitraan dan program lingkungan. Munculnya kendala dalam pelaksanaan melahirkan solusi atau menjadi masukan untuk pelaksanaan kedepan.

Dalam perspektif komunikasi *stakeholder* internal yaitu *stakeholder* yang berada didalam lingkup perusahaan yang mencakup karyawan, PR, manager dan pemegang saham, Kasali (2005). sementara dalam kasus Blue Bird Peduli ini kebutuhan terhadap *Stakeholder* internal sangatlah berpengaruh langsung bagi perusahaan serta dapat memotifasi bagi karyawan praktek manajemen yang baik. Dalam proses pelaksanaan CSR *Blue Bird* Peduli, keterlibatan *stakeholder* internal belum sepenuhnya maksimal. Dari tahap analisis hingga evaluasi, tidak ada peran pemegang saham. Hal ini terjadi sebab lingkup pelaksanaan CSR yang sempit, hanya di daerah Mampang Prapatan saja.

*Stakeholder* eksternal yaitu *stakeholder* yang berada diluar perusahaan yang dapat mempengaruhi langsung terhadap perusahaan. *Stakeholder* eksternal dalam penelitian ini mencakup masyarakat, konsumen, pemerintah setempat dan pemasok, Kasali (2005). Sementara dalam BlueBird Group *stakeholder* eksternal mencakup masyarakatnya saja karena Blue Bird ingin berfokus pada bidang sosial kemanusiaan yang sudah menjadi program dalam pelaksanaan program CSR tersebut, *stakeholder* eksternal berperan sangatlah penting Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat merasa terbantu dengan program kegiatan CSR yang dilakukan Blue Bird Group karena dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat sekitar perusahaan.

Keterlibatan *stakeholder* eksternal yang minim menunjukkan program CSR BlueBird Peduli menjadi program yang tidak diperuntukkan untuk memenuhi kepentingan *stakeholder* konsumen, pemerintah setempat dan pemasok. Dalam hal

ini tentu dapat menjadi masukan sebagai bahan pertimbangan BlueBird Group untuk memfasilitasi kepentingan stakeholder eksternal di luar masyarakat setempat di program selanjutnya.

Dalam teori *Stakeholder* perusahaan Blue Bird bukanlah mementingkan kepentingannya sendiri atau tidak hanya mencari keuntungan semata. Semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka akan semakin baik pula dukungan yang diberikan oleh para *Stakeholder* yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan dapat mencapai laba yang diharapkan. Perusahaan harus dapat memberikan manfaat bagi para *Stakeholdernya* baik *Stakeholder* internal maupun Eksternal.

Dalam hal ini kegiatan CSR Blue Bird Group peduli memberikan manfaat bagi *Stakeholder* internal yaitu membangun kedekatan dengan pertemuan tatap langsung dalam pelaksanaan sunat massal, donor darah, buka puasa bareng anak yatim dan memberikan bantuan sarana prasarana kepada masyarakat sekitar sedangkan bagi manager ataupun pemegang saham melalui kegiatan ini dapat meningkatkan citra positif perusahaan sehingga kepercayaan publik meningkat. Sedangkan bagi *Stakeholder* eksternal program CSR Blue Bird Group peduli memberikan banyak manfaat dalam bidang sosial, ekonomi dan pendidikan. Selain itu dari hasil penelitian, tidak ditemui hambatan pada pelaksanaan program CSR Blue Bird ini tidak mengalami hambatan yang serius terbukti dari hasil respon warga yang memberikan tanggapan baik pada program CSR yang dilakukan. Kebutuhan dan manfaat tata kelola perusahaan yang baik dengan menggunakan program CSR memang telah banyak diakui secara luas hal ini bertujuan demi menjaga reputasi perusahaan (Amalados, M. X. 2011).

#### **4. PENUTUP**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut. Pertama, pelaksanaan CSR Blue Bird Peduli belum mengakomodir seluruh *stakeholder* internal. Dalam tahap perencanaan kegiatan hingga evaluasi belum memaksimalkan keterlibatan seluruh *stakeholder* internal.



Kedua, keterlibatan *stakeholder* eksternal belum maksimal sebab program CSR BlueBird Peduli ini fokus pada kesejahteraan dan hubungan dengan masyarakat Mampang Prapatan saja. Namun, pelaksanaan CSR ini dapat menjadi langkah awal yang baik guna membangun hubungan dengan masyarakat sekitar. Respon positif dari masyarakat juga merupakan salah satu tanda keberhasilan public relation dalam membangun hubungan.

Alhamdulillahirabilalamin penulis mengucapkan rasa syukur pada Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini, Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu dari awal sampai akhir penulisan tugas akhir skripsi ini selesai. Dengan rasa tulus penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, dosen pembimbing saya ibu Vinisa Nurul Aisyah, M.I Kom yang telah membimbing penulis menyusun skripsi ini, teman-teman yang selalu memberikan dorongan serta mendoakan yang terbaik buat saya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Triyono, Agus. 2014. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program PosDaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) PT. Holcim Indonesia Tbk.Pabrik Cilacap*. komuniTi. Vol. VI
- Ang Swat Lin Lindawati & Marsella Eka Puspita. 2015. *Corporate Social Responsibility: implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap*. Malang. 6.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook Of Public Relations PengantarKomprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Alfiansyah.2015.*Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero).Privat Law Vol. III No 2*
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. 2007.*Positioning stakeholder theory within the debate on corporate social responsibility*.*Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 12(1), 5-15.
- Butterick, Keith. 2013. *Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik*.Edisi 1-2 (alih bahasa Nurul Hafsi). Jakarta: Rajawali Pers.

- Budi Isman, Dimas Ibrahim. 2018. *Peran Mitra Grab Car Sebagai Sarana Pembentukan Citra Perusahaan Taksi Online Grab Di Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- Freeman, RE. 1984 *Strategic Management: A Stakeholder Approach* Pitman Publishing, Boston.
- Fatwaningsi dan Rosidah (2015). *Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Di PT Madubaru (PG PS Madukismo)*. Artikel Publikasi Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran
- Greenwood, C. A, Lim, J. S. 2017. *Communicating corporate social responsibility (CSR): Stakeholder responsiveness and engagement strategy to achieve CSR goals*. *Public Relations Review*, 43(4), 768–776.
- Ishak, Aswad. 2011. *Public Relations & Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Mata Padi Pressindo.
- Kasali, R. 2005. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Grafiti.
- Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kelompok* (pertama). Jakarta : Kencana Prenada Media Book.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writting Teknik Produksi Media Publik Relations & Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Public Relation Persepsi Barat Dan Lokal*. Jakarta: Kencana.
- Manolahar, H. L & Amalados, M . X. 2011. *Communicating Corporate Social Responsibility – A Case of CSR Communication in Emerging Economies*. 20 (2). 65-80. College of Engineering, Anna University, Chennai, India.
- Moleong J, Lexy. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mahargiono dan Cahyono. 2017. *Kontroversi Transportasi Online Sebagai Dasar Pembenahan Fasilitas Layanan Penumpang Bagi Pelaku Bisnis Transportasi Di Surabaya*. Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank KE-3 (SENDI\_U 3) 2017 ISBN: 9-789-7936-499-93
- Moleong, L. J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalila Indonesia.

- Nurjaman, Kadar. 2012. *Komunikasi & Public Relations Panduan Untuk Mahasiswa, Birokrat, Dan Praktisi Bisnis*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sparks, L. & Kolyperas, D,. (2011). *Corporate social responsibility (CSR) communications in the G-25 football clubs*. *Int. J. Sport Management and Marketing*, Vol. 10, Nos. 1/2, pp.83–103.
- Sugioyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan M&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibosono, Yusuf .2007.*Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- W-Moo Hur.H Kim. J Woo. 2013. *How CSR Leads To Coporate Brand Equity : mediating Mechanims Of Corporate Brand Credibility And Reputation*. South korea.
- [www.bluebirdgroup.com](http://www.bluebirdgroup.com), diakses pukul 08.17. 18-10-2018
- [www.bluebirdgroup.com](http://www.bluebirdgroup.com), diakses pukul 09.30. 24-9-2018
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, kualitatif, Dan Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zuriah, Nurul. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara.